www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410

Terça-feira,
03 de setembro de 2024

Ano XXI - Nº 5.170

Brasil: 6,5 milhões de casos prováveis de dengue

De janeiro a agosto, o Brasil registrou 6.500.835 casos prováveis de dengue. Dados do Ministério da Saúde contabilizam ainda 5.244 mortes confirmadas e 1.985 em investigação para a doença. O coeficiente de incidência da dengue no país é de 3.201,4 casos para cada grupo de 100 mil habitantes (ABr).

airdone_CANVA

TECNOLOGIA

O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS ELEIÇÕES E A AMEAÇA DA DESINFORMAÇÃO

Leia na página 8

Seis estratégias para ter sucesso nas vendas D2C

O mercado de vendas Direct-to-Consumer (D2C) permite que marcas se conectem diretamente com os consumidores e é uma tendência, ganhando mais força a cada dia.

hirun_CANVA

No Brasil, o modelo já está consolidado, principalmente com o aumento de vendedores se conectando aos marketplaces.

De acordo com pesquisa recente da Ebit/Nielsen (Webshoppers 46), 50% dos consumidores preferem adquirir produtos via D2C. "O modelo Direct-to-Consumer (D2C), dentro de um marketplace, permite que as marcas se conectem diretamente com seus clientes em uma plataforma que ele já utiliza e confia", comenta Rodrigo Garcia, diretor-executivo da Petina Soluções em Negócios Digitais.

"As empresas podem oferecer seus produtos com mais visibilidade, apresentando as últimas tendências do mercado e garantindo uma experiência de compra eficiente e satisfatória", acrescenta o especialista.

Pensando nisso, Garcia listou seis medidas para ter sucesso no D2C:

Conheça profundamente seu público-alvo – O primeiro passo é conhecer bem seu público-alvo, e isso deve ir além de dados demográficos básicos - envolve entender seus comportamentos, preferências, necessidades e desejos. Esse conhecimento também irá ajudar a escolher o marketplace mais adequado para seus produtos.

"Utilize ferramentas de análise de dados, pesquisas de mercado e feedback dos clientes para escolher a melhor plataforma e campanha de vendas. Os grandes marketplaces conseguem fornecer esses indicativos. Quanto melhor você conhecer seu público, mais assertivas serão suas estratégias de marketing e vendas", ensina Garcia.

Personalize a marca no marketplace – Para destacar sua marca e impulsionar as vendas nos marketplaces, a personalização da página da marca é essencial. "Comece com uma identidade visual impactante, utilizando logotipos, cores e imagens que reflitam a essência da marca. Inclua uma descrição alinhada com o que sua marca quer transmitir, ou que conte sua história. A apresentação dos produtos também faz toda a diferença", diz.

Outra dica do especialista é organizar os produtos de forma estratégica, com categorias claras e destaque para novidades e ofertas especiais. Recomendo aproveitar os recursos oferecidos pelo marketplace, como recomendações personalizadas e promoções exclusivas, e manter a página atualizada com novos lançamentos e feedback dos clientes.

Invista em marketing digital – O marketing digital é a espinha dorsal das vendas D2C. Por isso, Garcia indica utilizar uma combinação de redes sociais, marketing de conteúdo, ofertas especiais e anúncios pagos para alcançar e engajar seu público. Estude as opções de anúncios pagos que o marketplace oferece. Algumas campanhas ajudam a colocar seus produtos em destaque nas páginas de resultados de busca e nas páginas de categorias.

Explore também os recursos de destaque ou promoção para aumentar a visibilidade dos seus produtos. Alguns marketplaces permitem que você pague para que seus produtos sejam exibidos em locais privilegiados.

Ofereça produtos de qualidade – A qualidade dos produtos é uma das chaves para o sucesso em vendas, em qualquer circunstância. Produtos de alta qualidade não só satisfazem os clientes, mas também geram recomendações e avaliações positivas, que são vitais para construir a reputação da sua marca. É importante certificar-se de que seus produtos atendem ou excedem as expectativas dos clientes, e esteja sempre aberto a feedbacks para melhorias contínuas.

Busque engajar o cliente – Mantenha um bom relacionamento com os compradores, respondendo rapidamente a perguntas e avaliações deixadas no marketplace. Elas são o termômetro da satisfação dos clientes e contribuem para o aumento das vendas. Os feedbacks e avaliações também são importantes para transmitir transparência nas vendas. Clientes satisfeitos tendem a deixar avaliações positivas, o que ajuda não apenas para conquistar novos consumidores, mas também para melhorar seus produtos e serviços.

Analise o mercado e adapte-se – Mesmo em marketplaces, o mercado D2C é dinâmico e competitivo, por isso é essencial analisar constantemente os resultados das suas estratégias e adaptar-se rapidamente às mudanças. Utilizar ferramentas de análise para monitorar o desempenho das vendas, campanhas de marketing e satisfação do cliente são diferenciais.

Esteja sempre atento às tendências do mercado e às necessidades dos consumidores, e não hesite em ajustar suas abordagens para se manter relevante. - Fonte e mais informações: (https://petina.com.br/).

Negócios em Pauta

Foto: Divulgação

Marcopolo fortalece atuação na China

A Marcopolo é uma das principais desenvolvedoras de soluções de mobilidade, com fábricas em diversos países do mundo, entre eles a China, onde já atingiu a marca de 60 ônibus entregues apenas para Hong Kong em 2024. A companhia fornece veículos para a região desde 2012, principalmente os produtos da família Audace e, no total, já são quase 700 unidades comercializadas para este mercado. Entre as inovações recentes desenvolvidas na planta chinesa, está o Audace Fuel Cell, movido a célula de combustível de hidrogênio, considerado um case de inovação da companhia. Foram montados dois protótipos e ambos foram submetidos a testes extremos, que proporcionaram a coleta de dados que permitiram a otimização dos veículos. Leia a coluna completa na página 3

News@TI

FatCamera_CANVA

Webinar reúne líderes de saúde em debate sobre estratégias de comunicação para o setor

@O Complexo Tatuapé, um dos maiores centros de compras, lazer e entretenimento de São Paulo, em parceria com a Associação Comercial, promove o 1º Encontro de Marcas e Franquias. O evento é gratuito e tem como objetivo apresentar dados e oportunidades do mercado para empreendedores e lojistas da região. O encontro, que será realizado no Teatro do Shopping Metrô Tatuapé, tem como objetivo principal apresentar as diversas oportunidades de franquias disponíveis, destacando as vantagens de se tornar um lojista no empreendimento. Durante o evento, os participantes terão acesso a informações detalhadas sobre as marcas, o potencial de mercado, além de poderem conversar diretamente com franqueadores e consultores especializados. Para participar é preciso fazer a inscrição no link: (https://encurtador.com.br/D1x9g). Leia a coluna completa na página 2

ISO de inovação: o que muda com a chegada da ISO 56002?

A ISO 56002, também conhecida como ISO de Inovação, já se tornou uma grande aliada das empresas ao redor do mundo que querem inovar de forma estruturada e segura, mantendo seu destaque no mercado.

Inteligência artificial aliada a personalidade ajuda a aumentar as vendas

Empresas de diversos setores têm recorrido à inteligência artificial (IA) para aprimorar a jornada de funil, ou seja, o caminho que um cliente percorre desde o primeiro contato até a compra, passando por diversas etapas de conhecimento, consideração e decisão.

Economia compartilhada: o que é e como este conceito vem ganhando espaço

Embora não seja um conceito novo, a economia compartilhada ou colaborativa vem ganhando cada vez mais espaço no Brasil.

Conheça cinco tecnologias que promovem eficiência aos cartórios

Segundo pesquisa Datafolha realizada em 2022, 76% dos brasileiros consideram os cartórios as instituições mais confiáveis do Brasil.

Caixa de Ferramentas: Inteligência Artificial de forma simples e prática

Adilson Batista, especialista em Inteligência Artificial, apresenta a Caixa de Ferramentas de IA Generativa, um compilado de materiais didáticos e inovadores criado para facilitar o aprendizado e a aplicação prática da IA generativa. A Caixa de Ferramentas foi desenvolvida com o propósito de auxiliar profissionais e iniciantes a compreenderem e utilizarem a IA em suas atividades diárias, funcionando como um acessório essencial para quem trabalha ou deseja ingressar no segmento. A Caixa de Ferramentas é gratuita, oferece um guia completo e aborda desde os conceitos básicos até a criação de prompts eficazes além da escolha das ferramentas mais adequadas para diferentes casos de uso. O guia também incentiva os usuários a refletirem sobre como a IA pode melhorar processos, automatizar tarefas repetitivas e aprimorar a experiência do usuário ou cliente. O material completo está disponível no link: https://bit.ly/caixaia

Opinião

O futuro das startups de IA: principais tendências e desafios

Felipe Araújo (*)

O uso da inteligência artificial é um dos temas mais discutidos na atualidade. Referindo-se à capacidade de sistemas computacionais executarem tarefas que normalmente exigiria inteligência humana, a IA tem sido aplicada de diferentes formas, como no reconhecimento de padrões, em assistentes virtuais, veículos autônomos, na medicina, em sistemas de recomendação, educação, manufatura e robótica, operações financeiras, tradução automática, entre tantas outras demandas.

Não à toa, os gastos com serviços relacionados à inteligência artificial e inteligência artificial generativa no Brasil estão previstos para chegar a R$2,2 bilhões em 2024, segundo apuração da IDC. Considerando o total de investimentos em tecnologia da informação (que envolve software, hardware e serviços), o país segue como referência entre os países considerados emergentes, além de figurar na décima posição do ranking global, tendo aplicado US$50 bilhões em 2023.

Com um campo amplo para investimento, em que a IA evolui e se integra cada vez mais em diferentes aspectos da vida cotidiana e do universo empresarial, essa tecnologia tem sido decisiva, inclusive, no desenvolvimento de startups.

Desafios das startups brasileiras de IA

Segundo dados do Google, o interesse por inteligência artificial tem sido maior no Brasil do que a média global, de modo que 46% dos brasileiros utilizaram essa tecnologia em 2023. Apesar desse interesse, o país ainda enfrenta muitas barreiras na utilização da IA. A falta de acesso à educação tecnológica é, sem dúvida, um dos principais gargalos enfrentados pelos brasileiros. Como consequência disso, a escassez de profissionais qualificados se torna um tema recorrente entre empresas nacionais.

O controle e privacidade de dados, mesmo sendo um tema sensível em todo o globo, também é motivo de preocupação em território nacional. Para se ter uma ideia, segundo levantamento realizado pela NordVPN, uma das maiores empresas globais de proteção virtual, mais de 2 bilhões de informações confidenciais de brasileiros foram expostas na dark web ao longo do último ano.

Por fim, entre os principais desafios para startups brasileiras de IA, é importante destacar a falta de novos parâmetros que avaliam o avanço da inovação e de capital para investimento em tecnologias disruptivas.

O potencial da IA generativa

Subcampo da inteligência artificial focado na criação de modelos capazes de gerar novos dados que se assemelham aos dados de treinamento, a IA generativa vem se mostrando como grande tendência, capaz de transformar diversos setores de negócios. Estes modelos são projetados para aprender padrões complexos nos dados de entrada e depois gerar novos exemplos que sejam semelhantes em termos de distribuição estatística.

Essa tecnologia, por sua vez, pode ser aplicada em diversas abordagens e técnicas, como modelos de linguagem generativa - como o GPT e seus derivados - que são modelos baseados em transformadores pré-treinados para produzir texto coerente e semântico, podendo ser utilizados para a redação de conteúdo, chatbots e tradução automática; modelos variacionais autoencoders (VAEs), que tentam aprender uma representação probabilística dos dados de entrada e gerar novas amostras a partir desta distribuição, podendo ser aplicados em geração de imagens, recomendação de produtos e análise de anomalias; redes generativas adversariais (GANs), utilizadas para gerar imagens realistas, textos, músicas e até filmes; entre outras aplicações.

O fato é que, o uso da IA generativa é variado e inclui a criação de arte, geração de texto criativo, síntese de voz natural, design de produtos, entre outros.

O desafio da aplicação de IA em novos produtos e serviços

A adoção dessa tecnologia, no entanto, ainda é um desafio para boa parte das startups brasileiras, especialmente quando levamos em consideração a falta de clareza sobre como medir os resultados do uso da IA generativa.

A IA generativa, apesar de suas enormes potencialidades, enfrenta vários desafios significativos que precisam ser abordados para garantir seu uso ético e seguro por parte dos empreendedores no desenvolvimento de seus produtos e serviços. Entre esses desafios, vale destacar a possibilidade de vieses nos dados de treinamento, uma vez que modelos de IA generativa são treinados em grandes volumes de dados, e se esses dados contêm vieses, os modelos tendem a reproduzi-los. Dentre os efeitos, é possível ter a geração de conteúdo com estereótipos, discriminação e preconceitos. Por exemplo, um modelo de linguagem treinado em textos com vieses raciais ou de gênero pode gerar respostas que refletem esses mesmos vieses.

Como desafio é que, empreendedores que utilizam essa tecnologia precisam aplicar técnicas avançadas de curadoria de dados, além de métodos de treinamento que busquem neutralizar tais distorções. Além disso, a geração de conteúdo prejudicial também é um gargalo. A capacidade dos modelos generativos de criar conteúdo novo e realista pode ser mal utilizada para gerar desinformação, deep fakes, spam e outros tipos de conteúdo malicioso.

Além desses casos, a falta de controle e transparência sobre como os modelos funcionam pode gerar incerteza por parte dos desenvolvedores sobre o conteúdo criado e sobre como os modelos estão utilizando a informação acessível. Modelos generativos, especialmente os baseados em técnicas avançadas como GANs e transformadores, podem ser vistos como "caixas pretas". A complexidade destes modelos torna difícil o processo de compreensão do seu funcionamento, sobre como eles tomam decisões ou geram certos tipos de conteúdo. A falta de transparência e explicabilidade pode dificultar a identificação e correção de problemas, a escala da tecnologia, além de reduzir a confiança por parte dos seus usuários.

Um ponto também bastante questionado na indústria e que se torna pauta principalmente para startups que atuam como negócios de impacto é relacionado aos recursos computacionais e à sustentabilidade de suas aplicações. Treinar modelos generativos grandes e complexos pode requerer uma quantidade significativa de recursos computacionais, o que pode ser ambientalmente insustentável e economicamente proibitivo para muitas organizações, além de ir contra a cultura e propósito de startups de impacto socio-ambiental. A busca por modelos mais eficientes e métodos de treinamento sustentáveis é uma área de pesquisa e discussão recorrente.

Por fim, não podemos deixar de destacar que segurança e privacidade se tornam pontos chave na utilização desta tecnologia e que, se mal aplicados, podem colocar em risco não só os usuários, mas também a saúde dos negócios e sua credibilidade. A utilização de dados reais para treinar modelos está constantemente em pauta quando o assunto é privacidade, especialmente se dados sensíveis forem usados sem o devido consentimento. Por isso, a expectativa é que esse mercado seja cada vez mais explorado, fazendo com que essa tecnologia faça parte do nosso dia a dia e transforme diferentes segmentos de mercado nos próximos anos.

(*) Gestor de PGI - Gestão da Informação - no Hub InovAtiva e Analista de Empreendedorismo e Inovação na Fundação CERTI. .

Xandão pode estar ajudando o X

Pode parecer irônico, mas as medidas tomadas por Alexandre de Moraes contra o X podem trazer benefícios ao aplicativo.

Vivaldo José Breternitz (*)

Isso aconteceu recentemente na França, quando Pavel Durov, fundador e CEO do aplicativo de mensagens Telegram, foi preso ao chegar ao país, acusado de vários crimes, tais como facilitar o tráfico de drogas, fraude e como aqui, recusa em cooperar com as autoridades.

A prisão de Durov influenciou o desempenho do Telegram, que segundo a Appfigures, empresa que acompanha mercados da internet, passou a ser o aplicativo mais baixado na categoria de redes sociais na App Store e, globalmente, se tornou o terceiro mais baixado.

Esses são dados parciais, aos quais devem ser somados os da empresa de análise de mercados Sensor Tower, que indicam que os downloads globais do Telegram no iOS, no dia da prisão, aumentaram 4% em relação ao dia anterior. Esse salto levou o Telegram à sua melhor posição nos Estados Unidos desde o início de 2023.

Os analistas acreditam que esse crescimento foi impulsionado pela atenção que a mídia deu à prisão de Durov, fato que vem se repetindo, inclusive na mídia internacional, no que se refere às medidas tomadas no Brasil contra o X.

geralt_de_Pixabay_CANVA

O Telegram foi criado em 2013 pelos irmãos Durov, Pavel e Nicolai, e tem quase um bilhão de usuários; o aplicativo tem sido cada vez mais usado em razão de suas funções ligadas à criptografia e privacidade. Também tem chamado a atenção devido às controvérsias relacionadas à moderação de conteúdo e sua utilização para suporte a atividades ilegais, como tráfico de drogas, lavagem de dinheiro e distribuição de material ligado à pornografia infantil.

Durov ficou detido por alguns dias, mas já está em liberdade condicional, embora proibido de deixar a França.

Quanto ao caso do X aqui no Brasil, novos acontecimentos são esperados para breve.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitz@gmail.com.

Tudo que você precisa saber sobre a trend CLT Premium

Como não se sentir atraído por vagas de trabalho que prometem uma boa carreira, bem-estar e qualidade de vida? A trend conhecida como "CLT Premium" desperta o interesse de profissionais que já atuam no mercado e da próxima geração. Juliana Nóbrega, especialista em mercado de trabalho, empreendedorismo e professora de Marketing do Centro Universitário de Brasília (CEUB), detalha as diretrizes desse modelo, que ganha popularidade ao valorizar as mudanças culturais e gera vantagens competitivas na atração e retenção de talentos.

1. Características da CLT Premium

É o emprego regido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) com benefícios para além dos obrigatórios pela legislação, como academia, plano de saúde, vale-alimentação, jornada híbrida, e outros benefícios. Esses bônus impactam diretamente sobre a qualidade de vida no trabalho, possibilitando a atração dos talentos do mercado, ganhos em comprometimento e produtividade. “Com a flexibilização das leis trabalhistas, esses benefícios se tornaram mais distantes para quem trabalha como PJ, tornando-os, consequentemente, mais valiosos”.

2. Benefícios que cabem no bolso

Os benefícios CLT Premium podem parecer custosos para as empresas, mas isso não torna a trend inatingível para os pequenos e médios negócios. Há benefícios que não incidem necessariamente em desembolso para a empresa, como

flexibilidade na jornada, folga no aniversário ou liderança participativa. “Todo ser humano gosta de se sentir pertencente e valorizado, e isso não passa obrigatoriamente por algum desembolso oneroso. Às vezes é uma questão de cultura e valores. Investimentos proporcionais ao tamanho da empresa demonstram o nível de valorização do trabalhador.”

3. Influência das políticas de RH e estrutura organizacional

As corporações que se adaptarem às mudanças culturais da nova geração de trabalhadores provavelmente passarão por essa transição sem grandes dificuldades. “Quem investir no "CLT Premium" terá uma vantagem competitiva na construção de suas marcas como empregadoras, atraindo candidatos altamente qualificados e, por conseguinte, aumentando a produtividade.”

4. Atenção para as desigualdades

O alerta vem das possíveis divisões no mercado de trabalho a partir dos benefícios criados pelo CLT Premium. "É fundamental entender essa tendência dentro de um contexto social mais amplo, pois nem todos os trabalhadores têm o privilégio de exigir condições tão favoráveis. Se não pensarmos essas mudanças de forma inclusiva, corremos o risco de aprofundar desigualdades", alerta.

5. Quebrando estigmas sobre a geração Z

A adesão crescente ao "CLT Premium" reflete uma mudança significativa nas prioridades dessa geração. Ao contrário do estigma de que os jovens não querem se esforçar, eles buscam um trabalho que faça sentido e que não comprometa aspectos importantes da vida pessoal. "Eles querem sentir que há uma contrapartida desde o início e não estão dispostos a esperar pela senioridade para alcançar um equilíbrio entre vida pessoal e profissional", avalia.

6. Atraindo talentos do mercado

O cenário em que a Geração Z valoriza muito mais a qualidade de vida no início de suas carreiras do que as gerações anteriores, faz com que empresas que oferecem benefícios diferenciados consigam atrair e reter os melhores talentos disponíveis no mercado. Essa incorporação de benefícios deve vir de uma política de recursos humanos, sendo aplicada à empresa como um todo. “Essa é a geração que está questionando práticas de trabalho que os Millenials aceitaram sem questionar ou muitas vezes romantizam. Se há mudanças para melhor, todos irão se beneficiar delas, não importa de qual geração o profissional seja!”, completa.

ricardosouza@netjen.com.br

Microsoft distribui 5 mil bolsas de estudos gratuitas com foco em certificação Azure AZ-900

@ A DIO uniu forças com a Microsoft para lançar o Bootcamp Azure Essentials, um programa inovador que visa atender profissionais em início de carreira ou que desejam expandir seus conhecimentos em Microsoft Azure, plataforma de computação em nuvem da empresa, além de prepará-los para a certificação Microsoft, a AZ-900. Ao final da trilha, todos aqueles que se graduarem vão concorrer a um dos 200 vouchers gratuitos para realização do exame e obtenção da certificação, disponibilizados pela Microsoft. As inscrições para o Bootcamp Microsoft Azure Essentials já estão abertas e vão até o dia 18 de setembro. Para garantir uma bolsa, basta acessar o link (https://www.dio.me/bootcamp/microsoft-azure-essentials).

José Hamilton Mancuso (1936/2017) **Laurinda Machado Lobato (1941-2021)** Responsável: **Lilian Mancuso**

Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza.
Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Mercado eleva para 2,46% projeção de expansão da economia

A previsão do mercado financeiro para o crescimento da economia brasileira neste ano subiu de 2,43% para 2,46%

A estimativa está no Boletim Focus de ontem (2), pesquisa divulgada semanalmente pelo Banco Central (BC) com a projeção para os principais indicadores econômicos. Para 2025, a expectativa para o PIB é crescimento de 1,85%. Em 2023, superando as projeções, a economia brasileira cresceu 2,9%, com um valor total de R$ 10,9 trilhões, de acordo com o IBGE.

kanchanachitkhamma_CANVA

Estimativa de inflação subiu para 4,26%, diz Banco Central.

A previsão para o IPCA – considerada a inflação oficial do país – em 2024 subiu de 4,25% para 4,26%. Para 2025, a projeção da inflação ficou em 3,92%.

A estimativa para 2024 está acima da meta de inflação, mas ainda dentro de tolerância, que deve ser perseguida pelo BC. A meta é 3% para este ano, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,5% e o superior 4,5%.

Em julho, puxado principalmente pelo preço da gasolina, passagens de avião e energia elétrica, a inflação do país foi 0,38% , após ter registrado 0,21% em junho. De acordo com o IBGE, em 12 meses, o IPCA acumula 4,5%, no limite superior da meta de inflação. Para alcançar a meta de inflação, o BC usa como principal instrumento a taxa básica de juros, a Selic, definida em 10,5% ao ano pelo Comitê de Política Monetária (Copom).

Por um ano, de agosto de 2022 a agosto de 2023, a taxa foi mantida em 13,75% ao ano, por sete reuniões seguidas. Com o controle dos preços, o BC passou a realizar os cortes na Selic. Para o mercado financeiro, a Selic deve encerrar 2024 no patamar que está hoje, em 10,5% ao ano. A previsão de cotação do dólar está em R$ 5,33 para o fim deste ano. No fim de 2025, a previsão é que a moeda norte-americana fique em R$ 5,30 (ABr).

Regulamentações do jurídico que podem ser usadas em casos de deepfakes

Izabela Rücker Curi (*)

Fraudes cometidas a partir do uso de deepfakes ainda não contam com uma jurisprudência moldada e refinada nos tribunais brasileiros

Nos últimos meses, o tema das alterações de vídeos e fotos com auxílio de inteligência artificial (IA) tem ganhado bastante destaque na mídia.

Porém, pelo fato da tecnologia que permite as modificações ser relativamente recente, os aspectos jurídicos relativos ao assunto ainda estão sendo gradualmente compreendidos pelos tribunais.

Apesar da ausência de jurisprudência específica, existem algumas regulamentações do ordenamento jurídico nacional que podem ser utilizadas como base. Na Constituição Federal, datada de 1988, o direito à privacidade e à imagem é garantido. No artigo 5º, inciso X, está escrito que "são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação".

O Código Civil Brasileiro também trata de temas relacionados, oferecendo base para a proteção dos direitos da personalidade relacionados à honra e à imagem. O artigo 11 estabelece que a lei assegura a proteção à vida privada, à honra e à imagem. O artigo 20 veda a exposição ou utilização da imagem de alguém sem permissão, caso o uso indevido atinja sua honra, boa fama, respeito ou se destine a fins comerciais.

No Código Penal, são tipificados os crimes de calúnia, difamação e injúria, e também condutas que afetam a honra das pessoas. A calúnia é definida como a falsa imputação de um crime a alguém. A difamação é apontada como a imputação de um fato ofensivo à reputação de alguém. A injúria é tipificada como a ofensa direta à dignidade ou ao decoro de alguém.

Outra que pode ser aplicada é a LGPD, que foi sancionada em 2018 e começou a vigorar em 2020. Ela não trata especificamente de deepfakes, mas fornece um quadro legal que pode ser utilizado para proteger dados pessoais em contextos que envolvam uso de IA. Em seu artigo 5, a LGPD define o que são dados pessoais. O artigo 7, diz que o tratamento de dados pessoais geralmente requer o consentimento do titular dos mesmos. O 18, garante direitos de acesso e retificação.

O 46, exige que entidades que tratam dados pessoais adotem medidas de segurança para protegê-los. Entre os artigos 52 e 54, são tratadas responsabilidades e penalidades relacionadas a usos indevidos e acessos não autorizados. Assim, em um cenário prático, casos de deepfake podem ser reportados à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), sendo exigida a remoção do conteúdo.

Em casos graves, pode-se buscar a compensação de danos através de ação judicial, tanto por parte de pessoa física quanto jurídica.

(*) - É advogada e sócia fundadora do Rücker Curi - Advocacia e Consultoria Jurídica e da Smart Law (https://www.curi.adv.br/).

Museu Nacional faz apelo por doações

Apesar de classificar o ritmo do trabalho de reconstrução como excelente, o Museu Nacional, no Rio de Janeiro, devastado por um incêndio que completou seis anos ontem (2), faz um apelo por mais doações da sociedade para conseguir reabrir à visitação o palácio histórico dentro do prazo estimado - abril de 2026.

"O trabalho está excelente, no sentido de que as obras estão andando, elas nunca pararam", afirmou o diretor do Museu Nacional, Alexander Kellner. Ele destacou, no entanto, a necessidade de conseguir mais recursos a curto e médio prazos. "Precisamos captar até novembro R$ 50 milhões e, até fevereiro do ano que vem, mais R$ 45 milhões. São R$ 95 milhões. Se a gente não tiver, a obra não vai acontecer e não vamos entregar o museu", alertou.

O orçamento estimado para a reconstrução do museu, incluindo o que já foi arrecadado, é de R$ 491,7 milhões. Os recursos adquiridos têm origens no setor público e na iniciativa privada. São patrocinadores do projeto o BNDES, MEC, MCTI, Congresso Nacional, Bradesco e a Vale. "Apesar do grande apoio que temos, é fundamental a participação da sociedade brasileira", afirmou Kellner.

A gerente executiva do Projeto Museu Nacional Vive, Lucia Bastos, explica que as intervenções de reconstrução começaram pelas fachadas, coberturas e esquadrias. "Cinquenta por cento do prédio já estão recuperados. Estamos avançando, continuamos com esse processo e agora, no segundo semestre de 2024, vamos dar início às obras do interior", detalhou (ABr).

Médicos terão que declarar vínculos com farmacêuticas

Resolução do Conselho Federal de Medicina (CFM) determina que todos os médicos que possuam qualquer tipo de vínculo com setores da indústria da saúde – incluindo farmácias, laboratórios e fabricantes de equipamentos – deverão informar esses vínculos por meio da plataforma do Conselho Regional de Medicina (CRM) em que estão registrados.

As novas regras, aprovadas em reunião plenária no fim de agosto, foram publicadas ontem (2) no Diário Oficial da União e entram em vigor em 180 dias. Os vínculos citados pelo documento incluem desde contratos formais de trabalho até consultorias, participação em pesquisas e atuação como palestrantes remunerados ou speakers.

Em nota, o CFM informou que a proposta é estabelecer limites e possibilidades nas relações entre médicos e indústrias de saúde. A resolução, segundo a entidade, busca aumentar a transparência e prevenir conflitos de interesse que possam influenciar decisões clínicas, assegurando que as práticas médicas sejam conduzidas "dentro de parâmetros éticos e legais".

A resolução detalha que os médicos ainda deverão declarar seus conflitos de interesse em situações públicas, como entrevistas, debates, exposições em eventos médicos e interações com o público leigo. A medida, segundo o conselho, assegura que a população tenha acesso a informações imparciais e baseadas em evidências, "reforçando a confiança na classe médica" (ABr).

NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A - Políticas Públicas

A Viven, organização sem fins lucrativos, lançou a versão mobile do "Cidade em Jogo". Agora, os estudantes poderão experimentar a gestão pública diretamente de seus dispositivos móveis, aprendendo na prática sobre cidadania, tomada de decisão, e prioridades na administração de uma cidade. O jogo transforma jovens em prefeitos, desafiando-os a tomar decisões cruciais que impactam uma cidade fictícia de pequeno, médio ou grande porte. Desta forma, eles aprendem sobre políticas públicas e refletem sobre seus direitos e deveres como cidadãos, desenvolvendo habilidades necessárias para a vida em sociedade. Saiba mais em: (https://cidadeemjogo.org.br/).

B - Startups de Pet Tech

Após o recorde de projetos recebidos na última edição, a Nestlé Purina, empresa líder global em cuidados para pets, anuncia a abertura das inscrições para o Unleashed 2025, programa global de aceleração de startups de pet tech. Podem participar empresas de todo o mundo que tenham soluções tecnológicas inovadoras para melhorar a vida dos pets e dos tutores, com foco em saúde e bem-estar. As inscrições já estão abertas e devem ser feitas até 30 de setembro no site (www.unleashedbypurina.com). Os vencedores serão anunciados em fevereiro de 2025.

C - Vagas de Emprego

A Prefeitura de São Paulo disponibiliza para as primeiras semanas de setembro mais de 1.200 vagas de emprego no Cate - Centro de Apoio ao Trabalho e Empreendedorismo, com destaque para oportunidades no comércio, serviços e também na indústria. Entre as vagas disponíveis na semana, estão 130 de auxiliar de linha de produção, com salários entre R$ 1.504 e R$ 2.079, mais benefícios. As oportunidades oferecidas variam entre permanentes e temporárias e possuem escalas de 6x1 e 5x2. Os candidatos precisam ter ao menos o ensino fundamental incompleto, há postos que não exigem experiência, com chances para todas as regiões do município. A inscrição também pode ser feita pelo Portal Cate: (https://cate.prefeitura.sp.gov.br/vagas-de-emprego/).

D - Preparativos para a COP29

Na próxima sexta-feira (6), a Amcham Brasil reunirá cerca de 250 executivos e autoridades brasileiras e internacionais, em São Paulo, para discutir a participação do Brasil na COP 29, em 2024, e os preparativos para a edição na Amazônia, em Belém, em 2025. O encontro, intitulado "Brasil na COP", também marcará a apresentação de uma pesquisa inédita da Amcham sobre Financiamento Sustentável no Brasil e a divulgação de números de investimentos em projetos ambientais no Brasil que envolvem 165 empresas no país. O evento acontecerá na sede da entidade (Rua da Paz, 1.431, Chácara Santo Antônio) e contará com a presença de nomes importantes.

E - Bilionários no País

A edição de 2024 da Lista Forbes de Bilionários Brasileiros revela uma concentração significativa de riqueza em determinadas regiões do Brasil, com destaque especial para o estado de São Paulo, que abriga 40,6% dos bilionários do país. Dos 239 nomes listados, 97 residem em território paulista. O Rio de Janeiro ocupa a segunda posição, com 36 bilionários, representando 15,1% da lista. Em seguida, Santa Catarina se destaca com 34 bilionários, uma marca impulsionada pela forte presença da WEG, empresa de grande influência econômica na região. Somados, os estados do Rio Grande do Sul e Minas Gerais igualam o número de bilionários catarinenses, com 17 representantes cada (Diário do Rio).

F - Ziraldo na Bienal

A Editora Melhoramentos participará da 27ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, que acontece entre os próximos dias 6 e 15, no Anhembi, com um estande para homenagear o escritor, ilustrador, cartazista, jornalista, teatrólogo, chargista, caricaturista e autor de inúmeros sucessos, um dos maiores ícones da literatura brasileira, o inesquecível Ziraldo, falecido em 6 de abril deste ano. O espaço será totalmente dedicado a celebrar seu legado e promete ser uma experiência imersiva para todas as idades, destacando a importância de Ziraldo para a cultura nacional e seu impacto duradouro ao longo de gerações, com atividades para fotografar, interagir e tornar essa experiência inesquecível.

G - Futuro do Trabalho

Depois de quatro anos no modelo remoto, a Expo CIEE 2024 marca o seu retorno ao formato presencial. Os visitantes já podem garantir os ingressos para o maior evento gratuito de trabalho jovem da América Latina no portal (https://www.expociee.com.br/). A edição acontece entre os próximos dias 12 e 14, no Pavilhão Amarelo do Expo Center Norte, e prevê reunir 60 mil pessoas. Uma oportunidade de realizar imersão no futuro do mundo do trabalho, isso porque o evento aliará entretenimento, capacitação e orientação acadêmica e profissional. Entre os serviços oferecidos, estão o espaço de "Vocação Profissional", a "Oficina de Currículo" e "Simulação de Entrevistas de Emprego".

H - Dia do Cliente

A CAIXA está promovendo neste mês uma ação promocional com descontos e facilidades na contratação de seus principais produtos e serviços, contemplando clientes pessoa física e pessoa jurídica. No pacote, serão oferecidas taxas de juros reduzidas em linhas de crédito, aplicação inicial a partir de R$ 0,1 em 80 fundos de investimento, isenção de tarifa na compra de moeda estrangeira, renegociação de dívidas em até 120 meses, entre outras oportunidades. A ação acontece em comemoração ao dia do cliente, celebrado dia 15 de setembro com soluções financeiras personalizadas para pessoas físicas e jurídicas.

I - Conectando três mil Escolas

O Conselho Diretor da Anatel autorizou a contratação da Telebrás, Programa de Atendimento ao Cidadão para as fases 2 e 3 do projeto Aprender Conectado. De forma imediata, 3.200 escolas serão conectadas via satélite. Mais de 500 mil alunos, das regiões Norte e Nordeste serão beneficiados. O projeto prevê a instalação de sistema fotovoltaico nas escolas em que não houver energia elétrica. A primeira etapa da Fase 4, com aproximadamente 10.500 escolas, já foram publicadas e a segunda etapa, com cerca de 8.000 escolas, deve ser publicada até o fim de 2024. As restantes, das etapas 3 e 4 da Fase 4 serão lançadas no decorrer de 2025. Saiba mais (www.aprenderconectado.org.br).

J - Professor Visitante

A Universidade Federal do ABC (UFABC) seleciona candidatos a nove vagas de professor visitante. As oportunidades são para as seguintes áreas: Engenharia Ambiental e Urbana; Engenharia de Informação; Ensino de Geografia; Ensino de História; Filosofia; Neurociência Cognitiva; e Neurociência de Sistemas. Para concorrer a uma das vagas é preciso: ter concluído o doutorado há, no mínimo, dois anos; ser docente ou pesquisador de reconhecida competência em sua área; e apresentar produção científica relevante, preferencialmente nos últimos cinco anos, entre outros requisitos. Outras informações: (https://agencia.fapesp.br/ufabc-abre-nove-vagas-de-professor-visitante/52645).

Inovação aberta: quatro passos para uma corporação criar um CVC

Guilherme Skaf Amorim (*)

No Brasil, o mercado de CVC (Corporate Venture Capital) tem crescido significativamente nos últimos anos, refletindo o interesse das corporações em se envolverem com o ecossistema de startups e inovação

Dados do Global Corporate Venturing Institute, revelam que o Brasil tem mais de 80 fundos de corporate venture capital ativos, sendo 75% deles criados nos últimos quatro anos, percentual maior do que a média global, que gira em torno de 40%. Isso porque as corporações brasileiras têm investido em uma variedade de setores e muitas optam por colaborar com aceleradoras ou fundos de venture capital para acessar oportunidades de investimento e compartilhar conhecimento de mercado.

Investir na criação de um CVC, é uma forma para as corporações terem acesso mais rápido a tecnologias inovadoras, talentos e insights de mercado, ao mesmo tempo em que fornecem às startups financiamento, expertise e potenciais parcerias estratégicas. Outro ponto relevante é que o CVC é um recurso para apoiar as empresas de tecnologia a crescerem mais rapidamente e a acessarem recursos que de outra forma não teriam, enquanto permitem que as corporações se mantenham à frente das tendências do setor e que potencialmente podem se tornar disruptivas em seus próprios mercados.

Para que a tese das companhias tenha sucesso, é preciso considerar alguns pontos estratégicos. O primeiro deles é alinhar o veículo aos objetivos de longo prazo da empresa, complementando sua estratégia de inovação e crescimento. É preciso identificar os setores e tecnologias-chave nos quais a empresa deseja investir e estabelecer metas claras como retorno financeiro, acesso a novas tecnologias ou desenvolvimento de parcerias estratégicas.

Determinar a estrutura e governança do CVC, incluindo tamanho do fundo, equipe dedicada, processo de tomada de decisão e integração com a empresa-mãe, também é fundamental. Para muitas corporações, esse processo é mais moroso por não saberem por onde começar, por isso muitas empresas têm contratado o serviço de CVC as A Service com empresas que já têm uma trajetória neste segmento, para abrirem caminhos para a inovação aberta.

Outra característica relevante para o avanço da iniciativa é a capacidade de execução ágil e eficiente, aproveitando oportunidades de mercado e respondendo às mudanças no cenário competitivo. Testes com Provas de Conceito, por exemplo, são uma boa forma de retirar impedimentos para a inovação acontecer e para isso, é de extrema importância a busca por parcerias estratégicas com outras empresas de venture capital, aceleradoras, universidades ou instituições de pesquisa para aumentar o acesso a oportunidades de investimento e compartilhar conhecimento e recursos.

Por fim, é preciso oferecer suporte e recursos adicionais além do financiamento, como mentoria, acesso a redes de contatos, desenvolvimento de negócios e recursos de marketing às startups, como forma de agregar valor. Ao considerar esses pontos estratégicos, as corporações podem criar um CVC bem sucedido que impulsione a inovação, promova o crescimento e gere retornos sólidos ao mesmo tempo em que fortaleça sua posição competitiva no mercado.

(*) Head of Innovation Services da Wayra Brasil.

Family offices: a melhor alternativa de realizar investimentos

Os family offices adotam uma abordagem personalizada com remuneração baseada em taxas fixas (fee–based), eliminando conflitos de interesse e alinhando seus serviços aos objetivos e perfil de risco dos clientes

Para quem está pensando em investir, entender como diferentes tipos de instituições financeiras podem ajudar a atingir seus objetivos é crucial. Bancos, corretoras e family offices operam de maneiras distintas, impactando os investimentos de formas variadas.

Bigc Studio_CANVA

- **Mudanças recentes no mercado -** Em 2020, no mercado americano, a remuneração fee-based representava 66% dos modelos de pagamento, enquanto a remuneração por comissões era de 27%, e a compensação por aconselhamento (hora, taxa, pontual, etc.) somava 6%. Já em 2023, a remuneração fee-based subiu para 83%, enquanto a remuneração comissionada caiu para 8% e a compensação por aconselhamento se manteve em 8%.

Essa mudança reflete uma clara preferência por modelos que estejam mais alinhados aos interesses dos investidores. É importante notar que essa tendência também está começando a se destacar no Brasil, que atingiu um total de R$ 5,7 trilhões em investimentos no ano de 2023, indicando um movimento em direção a modelos mais transparentes e que promovem a melhor adequação aos desejos dos clientes no longo prazo.

- **Modelos de remuneração e conflitos de interesse** - Os bancos tradicionais oferecem produtos próprios e sua remuneração é baseada em comissões, o que pode gerar conflitos de interesse ao priorizar produtos mais lucrativos para a instituição. Corretoras e Agentes Autônomos de Investimentos (AAIs) também operam com base em taxas e comissões, mantendo conflitos similares.

Os family offices, por outro lado, adotam uma abordagem personalizada com remuneração baseada em taxas fixas (fee-based), eliminando conflitos de interesse e alinhando seus serviços aos objetivos e perfil de risco dos clientes.

- **A importância da escolha certa** - Daniel Mazza, especialista em planejamento financeiro e sócio-fundador da MZM Wealth, ressalta que é crucial que os investidores compreendam as diferenças entre os modelos de assessoria financeira para tomar decisões informadas. "Conflitos de interesse nos modelos tradicionais podem impactar negativamente os resultados, destacando a importância de buscar alternativas transparentes e objetivas", diz.

Mazza também aponta que os family offices oferecem serviços além dos investimentos tradicionais, como planejamento sucessório e assessoria jurídica e tributária, o que pode ser um diferencial significativo para famílias de alta renda.

- **Compreendendo as opções disponíveis** - Para os investidores, é fundamental entender os diferentes modelos de assessoria financeira disponíveis. Bancos focam em produtos próprios e comissionados, corretoras e AAIs oferecem produtos de prateleira aberta com comissões, enquanto as consultorias independentes utilizam plataformas focadas em investimentos com um modelo de taxa fixa, eliminando conflitos de interesse.

Escolher o modelo certo pode ser determinante para o sucesso financeiro a longo prazo. Ao avaliar as opções de investimento, é essencial considerar não apenas o potencial de retorno, mas também os modelos de remuneração e possíveis conflitos de interesse.

Os family offices, com sua abordagem personalizada e alinhada aos interesses dos investidores, despontam como uma alternativa promissora, especialmente para aqueles que buscam um serviço mais abrangente e transparente. - Fonte e mais informações: (www.mzmwealth.com.br).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
Ilzete Verderamo Marques - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RONEI CARNEIRO SOARES,** estado civil solteiro, filho de Francisco de Jesus Soares e de Rozane Matos Carneiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ELLEN BIANCA DE JESUS VALENTIM,** estado civil solteira, filha de Fernando Valentim e de Sandra de Jesus Lima, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **EDUARDO HERMETO DOS SANTOS,** estado civil solteiro, filho de Nelson Hermeto dos Santos e de Maria da Graça Piccolo dos Santos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP. A pretendente: **LUZINEIDE MARTINS DE ARAÚJO,** estado civil solteira, filha de Candido Alves Pedrosa de Araújo e de Maria Martins de Araújo, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP.

O pretendente: **JONATHAN CHEFALY MOCHON ZAPPILE,** estado civil solteiro, filho de Fernando Zappile Junior e de Helaine Chefaly Mochon Zappile, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **BRENDA DE SOUZA OLIVEIRA PROFETA,** estado civil solteira, filha de Gilson de Oliveira Profeta e de Elza Maria de Souza, residente e domiciliada no Subdistrito do Tatuapé, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Campo Largo, Nº 1107, apto. 114, neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Desembargador Andrade Pinto, nº 110, 203-A, Subdistrito do Tatuapé, nesta Capital - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4° do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **PEDRO HENRIQUE DA SILVA NETO,** estado civil solteiro, filho de Avelar Pedro da Silva e de Ivone Anselmo da Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP. A pretendente: **CAMILA DOS SANTOS HORTA,** estado civil solteira, filha de José Silverio Horta Junior e de Erica dos Santos, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP.

O pretendente: **IVAN LUCIO DA SILVA,** estado civil solteiro, filho de Antonio Tiago da Silva e de Joselina dos Santos Silva, residente e domiciliado em, Osasco - SP. A pretendente: **SONIA DA SILVA MELLO,** estado civil solteira, filha de José da Costa Mello Neto e de Dunalva Albina da Silva Mello, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Ana Zozi Toni, nº 82, apto. 61, blc. 02, Osasco - SP e a pretendente é residente à Rua Manoel Galvão, nº 03, neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4° do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **HENRIQUE D' ELIA,** estado civil divorciado, filho de Domenico D' Elia e de Thais Ortega D' Elia, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **LUCIANA ANTUNES DE MOURA TEIXEIRA,** estado civil divorciada, filha de Aristoteles Teixeira e de Maria Tereza Antunes de Moura Teixeira, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **CLEBER CESAR CARRARO,** estado civil solteiro, filho de Antonio Carlos Carraro e de Terezinha de Fatima Soares Carraro, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ADRIANA CELESTINA MIRANDA,** estado civil divorciada, filha de Osvaldo Jose de Miranda e de Irene Celestina do Nascimento, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **ANTONIO PALERMO NETO,** estado civil divorciado, filho de Paulo Americo Palermo e de Elizabeth Gomes Moreira Palermo, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **DEISE DAIANE SILVA DE LIMA,** estado civil solteira, filha de João Maria de Lima e de Evânia Raimundo da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LUIZ ERNESTO CAMPOS HEMERLY,** estado civil solteiro, filho de Luiz Alberto Hemerly e de Maria Cristina Campos Hemerly, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ALINE JESUS DA SILVA,** estado civil solteira, filha de Nestor Batista da Silva e de Simone Maria de Jesus, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **JOMAR PAIXÃO DE JESUS,** estado civil solteiro, filho de Antonio Carlos Pereira de Jesus e de Marlene Gomes da Paixão de Jesus, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **KARINA SOLANGE SOUSA ARAGÃO,** estado civil solteira, filha de José Ramos de Aragão e de Carmen Solange Sousa Aragão, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS
15º Subdistrito - Bom Retiro
Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **GABRIEL JOSÉ DE CASSIANO MENDONÇA,** nascido nesta Capital, Santa Cecília, SP, no dia (22/04/1998), profissão cozinheiro, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Janio Carlos de Mendonça e de Sueli Regina de Freitas Cassiano. A pretendente: **ANA CAROLINA VILELA DA MATA,** nascida em Santa Rita do Sapucaí, MG, no dia (04/06/1997), profissão autônoma, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de João Acácio Francisco da Mata e de Andréa Lemes da Mata.

O pretendente: **DANIEL LEE,** nascido nesta Capital, Liberdade, SP, no dia (23/05/1988), profissão dentista, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Young Sim Lee e de Hyo Soon Yer. A pretendente: **CRISTINA YU MI KIM,** nascida nesta Capital, Bom Retiro, SP, no dia (20/01/1990), profissão corretora de imóveis, estado civil divorciada, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Mong Ju Kim e de Mi Sook Kim Chun.

O pretendente: **CRISTOFER LEE SHIN,** nascido nesta Capital, Bom Retiro, SP, no dia (21/11/1992), profissão supervisor administrativo, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Hung Yeol Shin e de Eun Young Lee Shin. A pretendente: **REBECA ZORZETTI,** nascida em Santo André, SP, no dia (21/02/1989), profissão tradutora, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Laerte Antonio Zorzetti e de Solange Amancio Zorzetti.

O pretendente: **CHRISTIAN ANDRADE CRUZ,** nascido nesta Capital, Saúde, SP, no dia (26/06/1998), profissão analista de sistemas, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Cristiano Cruz e de Marcia Dias de Andrade. A pretendente: **BRUNA DOS SANTOS LUCAS,** nascida em Osasco, SP, no dia (30/01/1990), profissão analista de conteúdo, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Carlos Alberto de Lima Lucas e de Nivia dos Santos Lucas.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

Maioria está disposta a compartilhar dados em troca de programas personalizados

O consumidor não só está mais exigente como anseia por diferentes benefícios – pessoais e coletivos – para se tornar fiel a uma marca

É o que se pode constatar do estudo "Tendências de fidelização e engajamento 2024", elaborado pela plataforma Tudo Sobre Investimentos (TSI).

O levantamento mostra que o alinhamento a valores ESG (environmental, social and governance), ações de micro-segmentação e interações personalizadas, moedas alternativas e diferenciais da marca e ecossistemas de fidelização consistem nas tendências para este ano, para a fidelização propriamente dita do consumidor. Em alinhamento a valores ESG, o estudo destaca que as recompensas desejadas pelo consumidor em uma marca não dizem respeito a ganhos pessoais – mas sim sociais.

Ou seja, o consumidor busca empresas que não poluem e que promovem iniciativas em prol da sociedade e do planeta. Quanto às ações micro-segmentadas e interações personalizadas, o estudo da TSI cita dado de outro levantamento, da McKinsey & Company: 71% dos consumidores esperam interações personalizadas. Quando elas não acontecem, 76% dos consumidores se decepcionam com a marca.

GOCMEN_CANVA

No que diz respeito a moedas alternativas e diferenciais da marca, tratam-se de recompensas "que vão além do sistema de pontos", conforme assinala o trabalho da TSI. No lugar deles, outras vantagens, como non-fungible tokens (NFTs). À marca cabe muito mais que fornecer produto: oferecer propósitos e aspirações.

A fidelização via parcerias está na base da tendência relativa aos ecossistemas de fidelização. Para o estudo da TSI, "isso impõe às empresas a necessidade de atuar em colaboração". É essa cooperação ou parceria, continua o texto do levantamento, que vem sendo chamada de ecossistemas de fidelização.

Na avaliação do CEO da Alloyal, Aluísio Cirino, as tendências para o mercado de fidelização apontadas pelo relatório da TSI reafirmam que o consumidor pede ações de lealdade. É diante dessa constatação que a Alloyal se posiciona no mercado nacional como uma loyalty tech, estabelecendo no país esse conceito.

"Além de pontos e descontos, o consumidor quer experiências, benefícios personalizados, que atendam suas necessidades, anseios e desejos", salienta. "Aliás, uma pesquisa feita pela Google em conjunto com a Kantar e Bain, citada no estudo da TSI, indica que 73% dos consumidores esperam que as companhias entendam suas necessidades e anseios".

Ainda nesse item, Cirino chama a atenção para outra informação que considera relevante no estudo da plataforma TSI: a de que 84,3% dos brasileiros ouvidos na pesquisa Panorama da Fidelização do Brasil 2023 não se opõem a compartilhar seus dados com empresas, desde que isso se reverta em programas personalizados.

O especialista ressalta também outro levantamento mencionado no estudo da TSI: The Loyalty Report 2023, da Bond Brand Loyalty/Visa, envolvendo 26 países – entre eles, o Brasil. "Esse levantamento diz que os programas de fidelidade com 'moedas alternativas' se aprofundam na construção de relacionamentos, ao contrário do simples acúmulo de pontos".

Por fim, o CEO da Alloyal destaca o que o documento da McKinsey & Company, abordado no estudo da TSI, qualifica como "consumidor zero", para definir aquele consumidor preocupado com as questões socioambientais. "Produtos com selos ESG não só vendem mais do que concorrentes sem certificação, como suas marcas tendem a ser mais fidelizadas pelo cliente", observa. - Fonte e mais informações: (https://alloyal.com.br/).

EDITAL DE CITAÇÃO COM O PRAZO DE 20 DIAS. PROCESSO Nº 1022291-47.2024.8.26.0224. O MM. Juiz de Direito da 5ª Vara Cível, do Foro de Guarulhos, Estado de São Paulo, Dr..Alex Freitas Lima, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a(o) EVENTUAIS INTERESSADOS , que o presente Edital, virem OU DELE TIVEREM conhecimento, que ficam devidamente citados da presente ação e na forma do artigo721 do Código de Processo Civil, ao qual requer a nomeação como administradora provisória para pessoa jurídica, a Senhora MARIA DAS DORES RIBEIRO, brasileira, portadora da CIRG.-13.791.505-0-SSP/SP, e inscrita no CPF/MF sob o nº 013.284.518-01 residente e domiciliada à Rua Francisco Foot nº 17, Apartamento 23-A Condomínio dos Pinhais, Jardim Tranquilidade, Guarulhos,SP, CEP.- 07051-090, autorizando-a à prática de todos os atos necessários à administração da entidade, sobretudo com vistas a realizar a eleição no prazo improrrogável de 06 (seis) meses para escolha da nova Diretoria e dos integrantes dos demais cargos previstos no Estatuto convocando as assembléias gerais necessárias até final decisão representando a associação judicial e extrajudicialmente inclusive no que for necessário para viabilizar o registro formal do pleito eleitoral a se realizar podendo firmar declarações e pedido sem cartório, bem assim administrando e gerindo os recursos da associação existentes em instituições bancarias dentro do interesse e necessidade da associação, e com efetiva prestação de contas.E, para que chegue ao conhecimento de todos e não possam no futuro alegar ignorância, é expedido o presente edital para o conhecimento de eventuais interessados , virem ou dele conhecimento tiverem para que tomem conhecimento da presente ação, e, querendo nele para que se habilitem ou impugnem tal ato, no prazo de 15 dias, sob as penas da lei, e para todos os fins e efeitos de direito. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da Lei.NADA MAIS. Dado e passado nesta Cidade de Guarulhos, aos 12 de agosto de 2024.

Martins & Gagliotti
Procedimentos Cirúrgicos S.A.
CNPJ/MF nº 26.173.513/0001-98 - NIRE 35300509412
Convocação

Convidamos os senhores acionistas para a reunião de assembleia geral extraordinária, que se realizará no dia **13 de setembro de 2024 às 15:30,** que será realizada presencialmente e virtualmente, simultaneamente, no escritório de advocacia contratado pela Martins & Gagliotti Procedimentos Cirúrgicos S.A., situado na Avenida Ordem e Progresso, 157, Sala 908, Barra Funda, CEP 01141-030, na cidade e estado de São Paulo, e Link da videochamada: https://meet.google.com/btq-ewfo-mmt, respectivamente, com a seguinte ordem do Dia: **a)** Modificação do Estatuto Social, a fim de: a.1) designar à diretoria a deliberação para a constituição de novas filiais, e, portanto, proceder todos os atos necessários para tanto; a.2) instituir novas formas de participação nas assembleias e alteração do quórum para deliberação, privilegiando a pluralidade de acionistas; a.3) instituir os livros societários da sociedade de forma eletrônica, nos termos do art. 294 da Lei 6.404/76 (Lei das Sociedades Anônimas), e a.4) instituir as publicações de forma eletrônica, no endereço da Sociedade na rede mundial de computadores (site) nos termos da Lei das S/A, notadamente no item institucional, bem como ratificar todas aquelas realizadas também de forma eletrônica; **b)** Constituição de uma filial no município de João Pessoa, estado da Paraíba; **c)** Ratificar a aprovação das demonstrações financeiras dos exercícios de 2020, 2021, 2022 e 2023 aprovadas em assembleia geral ordinária realizadas anteriormente; **d)** Consolidação do Estatuto Social, e **e)** Outros assuntos de interesse social.
Martins & Gagliotti Procedimentos Cirúrgicos S.A. - Diretoria. **(31/08, 03 e 04/09)**

Sistema de Gestão da Qualidade: Qual a importância para o crescimento das empresas?

Hermínio Gonçalves (*)

O SGQ (Sistema de Gestão da Qualidade) é a soma dos processos dentro de uma empresa, englobando a direção estratégica, políticas de qualidade e objetivos da gestão, para garantir ao cliente a entrega de resultados. Ele permite que toda a organização esteja alinhada e caminhe na mesma direção, ao passo em que possibilita que diferentes setores ofereçam apoio mútuo.

Cada organização deve criar o seu próprio SGQ e incluir políticas, processos e procedimentos essenciais para que atendam às demandas de seus usuários ou parceiros. Esse sistema serve para guiar a organização no processo de padronização e de melhoria do seu controle de qualidade — em áreas que podem incluir manufatura, prestação de serviços e outros processos-chave.

Qual a importância da implementação de um SGQ? Para empresas que estão em indústrias altamente regulamentadas, o Sistema de Gestão da Qualidade deixa de ser somente algo benéfico e vira um elemento crucial para a sobrevivência da organização. Isso porque ele permite a conformidade com as leis dos países onde a empresa opera, algo que precisará ser comprovado durante auditorias de agências regulatórias.

Só que a necessidade de um SGQ vai além, pois há uma série de benefícios que ultrapassam o compliance. A implementação correta de um SGQ tem o potencial de melhorar todos os aspectos do desempenho de uma organização. A padronização dos processos melhora a eficiência e aumenta a produtividade dos colaboradores por meio da redução de redundâncias e desperdícios — ou até mesmo da eliminação deles, em casos de maior sucesso.

Como parte do seu Sistema de Gestão da Qualidade, a empresa irá realizar auditorias capazes de identificar problemas em potencial antes mesmo deles acontecerem. A implementação de um sistema do tipo resulta numa melhor gestão de registros, facilitando a rastreabilidade dos documentos e a transparência dos processos, auxiliando no compliance.

Dentre as principais vantagens do SGQ, se destacam aumento da eficiência organizacional, maior produtividade, processos de tomada de decisão melhorados, minimização de riscos e consistência operacional. Os benefícios são decorrentes da estrutura de coleta e análise de dados operacionais que o SGQ oferece, permitindo uma visão completa e minuciosa dos processos para que não haja gargalos na operação.

Além disso, a entrega de resultados e a melhoria da eficiência da empresa impactam diretamente no índice de satisfação e fidelização dos clientes, refletindo positivamente nos lucros.

Tipos de Sistemas de Gestão da Qualidade

Os Sistemas de Gestão da Qualidade estão divididos em quatro categorias principais:

Padronizados: seguem padrões estabelecidos no mercado, com regulamentações determinadas por entidades como a Organização Internacional de Normalização (ISO).

Gestão da Qualidade Total (GQT): abordagem abrangente que foca na melhoria contínua de processos, produtos e serviços. Promove o foco em cumprir e exceder as expectativas dos clientes.

Lean Management: busca potencializar o valor dos clientes e reduzir os desperdícios. Utiliza ferramentas como mapeamento de fluxo de valor, permitindo aprimorar os processos internos e atingir máxima eficiência.

Six Sigma: metodologia orientada por dados, concentrando esforços em definir, analisar, controlar e melhorar os processos.

A ISO 9001 é a mais utilizada e popular certificação de qualidade internacional. Sua versão mais recente, a ISO 9001:2015, pode ser aplicada em qualquer organização, independentemente do tamanho ou setor de atuação.

Ela oferece uma abordagem focada em processos para documentar e analisar a estrutura, as responsabilidades e os procedimentos de uma empresa. O objetivo da certificação é permitir que a organização consiga atingir excelência em qualidade de gestão e processos.

Para obter a certificação, é preciso cumprir sete requisitos: foco no cliente, liderança, engajamento dos colaboradores, adoção de filosofia orientada a processos, melhoria contínua, decisões baseadas em análise de dados e gestão de relacionamento. Ao seguir esses passos, a empresa caminha em direção à lucratividade, ou seja, investir em um SGQ é investir no futuro e no sucesso da empresa.

(*) CEO da SoftExpert Brasil.

Foco no bem-estar não é mais opcional: qual o papel das empresas nesse cenário?

Rodrigo Caiado (*)

O mercado de benefícios corporativos está em expansão e deve movimentar mais de 5 bilhões de dólares até 2026, segundo a Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH)

No Brasil, um país com mais de 19 milhões de empresas, o setor deve crescer a uma taxa de 9,05%, movimentando cerca de 5,57 bilhões de dólares até 2026, de acordo com a Technavio.

A forte demanda por esse tipo de solução é impulsionada principalmente pela necessidade das companhias de melhorar o poder de compra e a motivação dos colaboradores. Nesse cenário, a ênfase em benefícios dinâmicos baseados em saúde e bem-estar tem criado ambientes de trabalho mais saudáveis, o que aumenta a produtividade.

Nesse caso, percebo que as empresas têm compreendido que as demandas dos funcionários modificaram bastante, especialmente após a pandemia, que acelerou essa mudança de comportamento cultural. Um estudo realizado pela Universidade do Sul da Califórnia mostrou que um trabalhador feliz é 31% mais produtivo, três vezes mais criativo e capaz de vender 37% a mais. Em outras palavras, oferecer o que os colaboradores buscam significa investir em uma equipe mais satisfeita e focada – e os novos formatos de benefícios incentivam e permitem atingir esse objetivo.

Além disso, ações voltadas para o bem-estar no ambiente de trabalho reduzem a rotatividade e atraem mais talentos. Segundo a mesma pesquisa, 72% dos trabalhadores afirmaram que prefeririam trabalhar em uma empresa que possui programas voltados para a saúde mental. Ou seja, organizações que investem no bem-estar das equipes não apenas têm colaboradores mais felizes, mas também se tornam mais atrativas no mercado. Portanto, fica claro que aquelas que não valorizam e investem em seus profissionais estão colocando em risco seu próprio sucesso e se tornando menos competitivas.

Isso porque estamos testemunhando uma transformação significativa na relação das pessoas com o trabalho, principalmente devido à entrada das novas gerações no mercado. Hoje, os benefícios oferecidos precisam ir muito além do salário e abranger outras esferas. Para os trabalhadores, o foco não é mais apenas alcançar objetivos profissionais, mas também ser capaz de desfrutar das conquistas alcançadas da forma como preferirem, o que inclui autocuidado; tempo com a família e amigos; atividades e hobbies e manter uma harmonia entre vida profissional e pessoal, garantindo que o trabalho não comprometa a sua qualidade de vida.

Esse novo entendimento de sucesso e bem-estar reflete a busca por uma vida mais plena, satisfatória e com propósito, onde o trabalho é importante, mas não é a única medida de realização e felicidade. Porém, é importante que essa procura contemporânea por saúde e alegria não leve ao total oposto disso, causando mal-estar e se tornando uma forma de controle social e auto vigilância.

Nesse sentido, percebo que muitas empresas têm explorado várias estratégias para manter seus colaboradores engajados e satisfeitos de forma equilibrada, sendo a principal a disponibilização de benefícios personalizados e flexíveis que permitam aos colaboradores escolherem os itens que mais fazem sentido para seu dia a dia, como programas de saúde mental, atividades físicas, telemedicina, trabalho remoto e iniciativas de treinamento e reconhecimento.

Claro que existem alguns desafios relacionados à implementação de programas com foco no bem-estar, como o custo e a dificuldade de atender às necessidades de times com demandas e desejos diferentes, mas investir nessa agenda também traz vantagens que vão favorecer a empresa a médio e longo prazo, tornando o ambiente de trabalho mais estável e atrativo para novos e bons profissionais. Quando falamos em oferecer benefícios de qualidade, não estamos apenas discutindo um diferencial competitivo, mas sim abordando uma estratégia fundamental para fortalecer a marca empregadora de uma empresa e contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade mais feliz e sustentável.

(*) Diretor Comercial da Up Brasil, empresa que oferece soluções focadas no bem-estar dos trabalhadores.

Consumidores valorizam certificação socioambiental no momento da compra

Pesquisa da Confederação Nacional do Comércio (CNC), apontou que 58% dos brasileiros consideram importante os selos e certificações socioambientais

O estudo foi realizado para entender os perfis dos consumidores brasileiros, com foco em como os aspectos ambientais, sociais e econômicos influenciam suas decisões de compra.

Ainda segundo o levantamento, 94% dos entrevistados declararam adotar um consumo mais racional, pesquisando preços e evitando compras por impulso. Para a maioria, o consumo consciente está relacionado a questões ambientais, como a redução da poluição (61%) e o uso responsável dos recursos naturais (58%). Os consumidores também optam por marcas que não estejam associadas ao trabalho infantil ou análogo à escravidão (56%).

“Os dados mostram que a adoção de práticas ESG – Environmental, Social, and Governance (Ambiental, Social e Governança, em português) – deixou de ser opcional para se tornar essencial à sobrevivência no mercado,” afirma Alexandre Xavier, vice-presidente de ESG da Associação Brasileira de Avaliação da Conformidade (Abrac).

Neste ano, por meio do Decreto 12.063/24, o Governo Federal criou o Selo Verde Brasil. A marca levará em consideração as práticas ambientais,

Unmat Seebuaphan's Images_CANVA

sociais e de governança das organizações, garantindo aos consumidores que os produtos ou serviços adquiridos respeitem o meio ambiente e os direitos humanos.

As normas que servirão de base para essa certificação serão elaboradas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e aplicadas por certificadoras acreditadas pela Coordenação Geral de Acreditação (Cgcre) do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro).

“O Selo Verde Brasil vai, de fato, revolucionar o comércio brasileiro, trazendo mais credibilidade aos produtos e serviços e, consequentemente, mais confiança ao consumidor. Uma organização que já implementou normas como a ISO 14001, de gestão ambiental, e a NBR 16001, de responsabilidade social, estará mais preparada para essa nova certificação,” destaca Alexandre Xavier.

Segundo o vice-presidente de ESG da Abrac, a Avaliação da Conformidade é essencial para uma economia mais forte e competitiva. “Normas e certificações no âmbito ESG elevam o Brasil no cenário internacional, uma vez que, assim como outras certificações emitidas por organismos acreditados, o selo em desenvolvimento também possui reconhecimento global,” conclui. - Fonte: (https://abrac-ac.org.br/).

Yoga: a prática com mais de cinco mil anos ainda é útil nos dias de hoje?

O Yoga surgiu na Índia há mais de 5.000 anos com base em antigos textos sagrados (Vedas) que incluíam práticas de meditação, posturas e controle da respiração. Com o decorrer dos anos, as práticas foram sendo sistematizadas e desenvolvidas em novas vertentes.

Mas apesar de ter milênios de existência, o Yoga tem a capacidade de se renovar e adaptar de acordo com as novas necessidades da sociedade e com as descobertas científicas, como explica o professor de Yoga e naturopata, especializado no Método Kaiut Yoga, Ravi Kaiut.

“O Yoga continua sendo importante para a saúde, pois foca em princípios atemporais de saúde integral. Cada vez mais, novos estudos comprovam a eficácia do Yoga no tratamento de condições como ansiedade, depressão e dores crônicas”.

- **O Yoga se modernizou** - De acordo com Ravi Kaiut, novas metodologias de Yoga surgiram, reinventando e mantendo os bons resultados da prática contra novos problemas de saúde da atualidade.

“O mundo mudou bastante nos desde que o Yoga surgiu, as pessoas agora enfrentam novos problemas, como problemas de saúde mental, sedentarismo, ansiedade, disfunções no ciclo de sono, etc., mas ele continua sendo eficaz para tratar todos esses problemas”, ressalta.

“Essa modernidade do Yoga vem do fato da prática, das metodologias de ensino empregadas serem cada vez mais atuais, a exemplo do Kaiut Yoga que mescla conhecimentos científicos, neurocientíficos e conceitos de outras práticas terapêuticas. Hoje em dia ainda existem técnicas que mantêm o Yoga idêntico ao que era feito há milênios, mas nesse caso ele já não entrega resultados tão expressivos quanto as novas metodologias”, afirma Ravi Kaiut.

Weerasaksaku_CANVA

Quatro Benefícios da prática regular de Yoga

1) **Fortalecimento da saúde mental** - A prática regular ajuda a reduzir os sintomas de ansiedade e depressão, além de melhorar o controle do estresse, todos benefícios que ajudam a fortalecer a saúde mental;

2) **Melhora da mobilidade** - O Método Kaiut Yoga é focado no fortalecimento dos músculos, melhoria das articulações, equilíbrio e outras habilidades que contribuem para melhorar a mobilidade;

3) **Controle da respiração** - A respiração está intimamente ligada a diversos processos do nosso organismo, como ansiedade, oxigenação do sangue e eficiência cardiovascular, por isso, o Yoga possui técnicas especialmente voltadas para o seu controle;

4) **Alívio de dores crônicas** - O Yoga é bastante eficaz no alívio de dores crônicas, como dores nas costas, artrite e dores decorrentes de doenças crônicas, melhorando a qualidade de vida. - Fonte e mais informações: (https://www.instagram.com/ravikaiut/).

Tributos mais caros para todos

Murillo Torelli (*)

A reforma tributária em discussão no Brasil, longe de ser a salvação que o governo federal promete, é um verdadeiro desastre anunciado

Em um país já sobrecarregado por uma máquina pública ineficiente e por uma carga tributária que sufoca o crescimento econômico, o governo opta por aumentar ainda mais os impostos ao invés de cortar na própria carne e realizar uma reforma administrativa profunda e necessária. A proposta é de um Imposto sobre Valor Agregado (IVA) com uma alíquota padrão de 27,97% (cálculos atualizados para estimar a alíquota).

O que chama mais atenção é a inversão de prioridades por parte do governo. A reforma administrativa, que deveria ser a base de qualquer reestruturação econômica, é deixada de lado. O Estado brasileiro continua inchado, ineficiente e extremamente caro para os contribuintes. Em vez de enfrentar esse problema de frente, o governo escolhe o caminho mais fácil: aumentar os impostos.

O resultado? Uma carga tributária insustentável que recai, em grande parte, sobre a classe média e os mais pobres. O impacto dessa alíquota é devastador. Ao elevar o imposto sobre consumo a quase 28%, o governo não só impõe uma carga maior sobre os bens e serviços essenciais, mas também compromete o poder de compra da população.

A classe baixa, que o governo diz defender, será a mais prejudicada. Afinal, o IVA é um imposto regressivo, o que significa que, proporcionalmente, os mais pobres pagam mais do que os ricos. Em um país com níveis alarmantes de desigualdade, essa medida é preocupante. A ironia é que o governo tenta mascarar essa injustiça com pequenas concessões populistas, como a inclusão das carnes na cesta básica.

No entanto, essa medida, que deveria aliviar o peso sobre os mais pobres, resulta em um aumento ainda maior da alíquota padrão. Em vez de ajudar, o governo acaba piorando a situação, provando que suas políticas são mal planejadas e ineficazes. Além disso, a falta de uma reforma administrativa que corte gastos supérfluos e torne o Estado mais eficiente só agrava a situação.

Enquanto o governo não enxuga a máquina pública, continua a demandar mais recursos dos contribuintes. Isso cria um ciclo vicioso em que a sociedade paga cada vez mais por serviços públicos que, em sua maioria, continuam a ser de baixa qualidade. A comparação internacional é estarrecedora. Países desenvolvidos, como os Estados Unidos, por exemplo, conseguem manter uma alíquota de consumo de apenas 7,4%, enquanto o Brasil caminha para uma das maiores alíquotas do planeta.

Isso não apenas desestimula o consumo, que é uma peça-chave para o crescimento econômico, mas também reduz a competitividade do país no cenário global. Em vez de atrair investimentos e impulsionar a economia, o Brasil está se tornando um terreno árido para negócios, onde os altos impostos e a burocracia afastam empreendedores e investidores.

A reforma tributária, como está sendo conduzida, é um reflexo de um governo que não tem coragem de fazer as reformas que realmente importam. A escolha de ter uma das maiores cargas tributárias em vez de reformar a administração pública é um sinal claro de falta de visão e de compromisso com o futuro do país.

Só então será possível pensar em uma reforma tributária que seja justa e que não penalize a população. Do jeito que está, essa reforma é mais um passo na direção errada, que apenas aprofundará as desigualdades e tornará o país ainda mais inviável para aqueles que querem crescer e prosperar.

(*) - É professor de Ciências Contábeis da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM).

Dos Baby Boomers à Geração Z: como atender as necessidades de todas as gerações?

Enquanto a geração Z é nativa digital e busca instantaneidade no relacionamento com as marcas, os baby boomers (nascidos entre 1945 e 1965), por exemplo, costumam priorizar empresas em que confiam

Com as diferentes características de consumo de cada grupo, o varejo enfrenta o desafio de encontrar estratégias para atender as necessidades de todos os consumidores.

pixelfit_CANVA

Nesse cenário, as vendas online ganham notoriedade; para se ter uma ideia, 85% dos brasileiros — porcentagem que contempla diversas gerações — fazem pelo menos uma compra por mês pela internet, de acordo com pesquisa "E-commerce Trends 2024", da Octadesk com o Opinion Box.

"Não existe fórmula mágica para realizar uma venda e fidelizar o cliente. Cada público prioriza determinadas características das marcas, com base nas suas vivências e interações sociais. Por isso, é importante que as empresas façam mapeamento do perfil dos consumidores e invistam em estratégias específicas para atrair novos públicos", explica Daniela Torres, sócia e CEO da Simples Inovação, empresa com foco em modelagem de negócios para o e-commerce.

A Geração Z, nascida entre meados da década de 1990 e 2010, tende a se preocupar mais com o posicionamento da marca em relação a questões ambientais, por exemplo. "Aqui, o varejista precisa ir muito além de vender um produto. Ele deve agregar valor à sua marca para fidelizar o consumidor jovem, já que ele tem ideais voltados para o consumo consciente. O marketing de influência pode ser um elemento importante para criar essa proximidade", comenta.

A personalização é o ponto-chave para o bom relacionamento. Enquanto os consumidores mais novos estão acostumados com interações virtuais com base na IA, a Geração X (nascida entre as décadas de 1960 e 1980) opta pelo contato presencial. E isso importa porque, de acordo com a consultoria Data 8, a geração 50+ movimenta uma média de R$ 2 bilhões por ano.

"Atrair os baby boomers e a Geração X pode ser um desafio, já que são mais adeptos da mídia tradicional. Por isso, é importante buscar proximidade com o cliente mesmo a distância, com conversas interativas e humanizadas. Equilibrar os fatores é essencial para entregar um produto que crie maiores chances de fidelização, já que essas gerações estão atentas não só à experiência de compra, mas também aos pesos da qualidade e do custo", explica Daniela.

Na prática, como atender melhor todas as gerações? Para a especialista em e-commerce, três fatores são essenciais: confiabilidade, segurança e agilidade.

Criar um ambiente de transparência com o consumidor aumenta a confiabilidade online, como se atentar para as descrições dos produtos, preços e promoções. "Realizar uma publicidade não ilusória, criar uma relação de contato e dar suporte ao cliente, até depois da jornada de compra, pode incentivar aquele usuário a realizar outra compra", comenta Daniela.

A segurança também se torna fundamental para gerar credibilidade. Portanto, ter certificados e fornecer opções de pagamentos seguras são indispensáveis para criar um ambiente digital acolhedor. Por fim, a agilidade na entrega é imprescindível, já que, para a especialista, o imediatismo tem sido um dos fatores mais contrastantes das novas gerações, influenciadas pelo uso da tecnologia.

"Apostar na logística de envio pode fazer a diferença para muitas empresas atenderem a alta demanda. Um exemplo muito simples é a compra em datas sazonais ou festividades. Ninguém quer comprar um presente para o aniversário do amigo e receber o produto depois da data prevista. Esse tipo de situação pode afastar o consumidor.

Invista em equipes, tecnologias e até mesmo em full commerce, se necessário", conclui. - Fonte e outras informações: (https://simplesinovacao.com/).

Maioria dos profissionais está insatisfeita com o salário atual

A insatisfação com a remuneração influencia diretamente os profissionais brasileiros a procurarem novas oportunidades de emprego. É o que aponta o estudo global Talent Trends, da Michael Page, uma das maiores consultorias especializadas em recrutamento de executivos.

Segundo a pesquisa, 52% dos colaboradores do Brasil estão insatisfeitos com o salário atual, superando as médias da América Latina (50%) e global (42%). "O salário continua sendo a prioridade dos profissionais ao aceitarem uma nova oportunidade ou se candidatarem a uma vaga. Cada vez mais é fundamental que as empresas ofereçam pacotes salariais competitivos e alinhados com as expectativas demandadas pelo mercado de trabalho", afirma Lucas Oggiam, diretor-executivo da Michael Page.

Metade dos brasileiros classificam o salário como o principal aspecto ao considerarem uma nova oportunidade de trabalho. Segundo o levantamento, 50% dos respondentes do Brasil definem a remuneração como prioridade, ficando atrás da média da América Latina (58%). Os dados fazem parte da pesquisa global Talent Trends 2024, um dos estudos mais abrangentes sobre profissionais e o mercado de trabalho, realizado em novembro e dezembro de 2023, em 37 países.

Ele conta com a participação de aproximadamente 50 mil profissionais em todo o mundo, que atuam em empresas de diferentes segmentos e portes. O objetivo desse levantamento é alinhar as diferentes expectativas de profissionais (salários competitivos, flexibilidade e aspectos da cultura organizacional) e empresas (que sofrem pressões externas de um mercado de trabalho dinâmico).

grapix_CANVA

A pesquisa também procurou entender como as empresas enxergam a demanda dos profissionais por salários mais altos. Das organizações brasileiras respondentes, 56% consideram o salário o fator mais importante para atrair candidatos, superando a média global (53%) e ficando atrás da América Latina (62%).

"Para alinhar as expectativas dos profissionais por um maior pacote de remuneração, as organizações precisam criar estratégias de retenção e programas de reconhecimento que ofereçam novas oportunidades e promovam o desenvolvimento e um bom ambiente de trabalho.

Novos bônus e programas de incentivo também são soluções eficientes para aumentar a motivação da equipe. É importante garantir que os ajustes salariais sejam alinhados à inflação, gerando um acréscimo real nos ganhos dos colaboradores", conclui Lucas Oggiam. - Fonte e outras informações: (https://www.michaelpage.com.br/).

Matéria de capa

Jirsak_CANVA

O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS ELEIÇÕES E A AMEAÇA DA DESINFORMAÇÃO

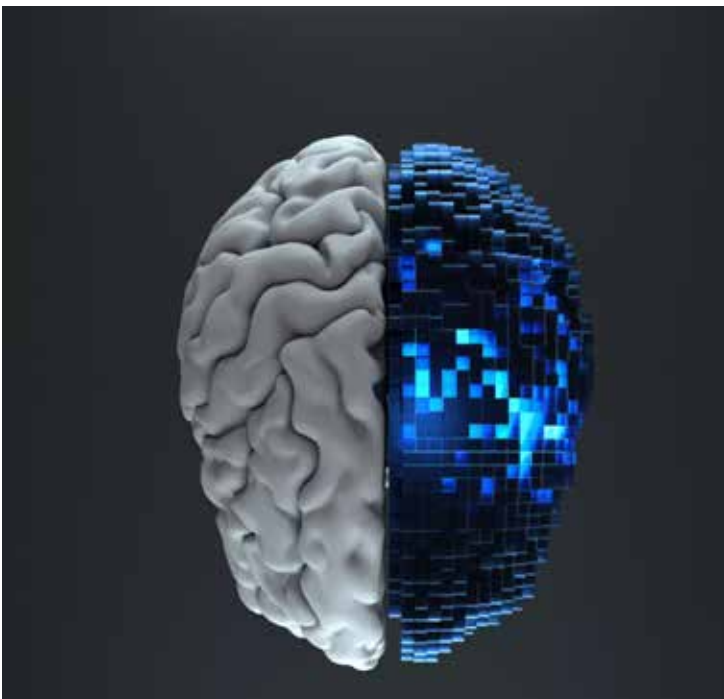
Imagine que você está sentado em sua sala de estar, navegando pelas redes sociais, quando de repente se depara com um vídeo extremamente convincente de um candidato político. A mensagem parece real, é bem articulada e toca em questões que são importantes para você. No entanto, o que você talvez não saiba é que aquele vídeo foi criado por uma inteligência artificial (IA) e pode nem ser verdadeiro.

Christianne Pimenta e Marcia Exposito (*)

A inteligência artificial tem entrado com força nas eleições, mudando completamente o jogo político. Por um lado, ela permite que campanhas sejam mais eficientes, direcionadas e pessoais, alcançando visitantes com mensagens que realmente ressoam. Por outro lado, essa mesma tecnologia pode ser usada para enganar, criando notícias falsas que se espalham rapidamente.

A IA está revolucionando as eleições, tanto para o bem quanto para o mal, podendo ajudar campanhas a se conectarem melhor com os participantes, mas também representando ameaças quando usada para disseminar a desinformação. A utilização de IA possibilita a segmentação precisa de participantes com base em dados demográficos, comportamentais e psicográficos.

Algoritmos avançados analisam grandes volumes de dados para identificar padrões e prever comportamentos eleitorais, resultando em campanhas altamente personalizadas que abordam diretamente as preocupações e interesses dos participantes. Além disso, ferramentas de IA automatizam diversas tarefas administrativas e operacionais, liberando tempo e recursos para atividades estratégicas.

Os seus bots podem gerenciar interações com participantes, responder a perguntas frequentes e organizar eventos de campanha, tornando o processo eleitoral muito mais eficiente. A análise de sentimento, impulsionada por IA, permite que as campanhas monitorem e avaliem a opinião pública em tempo real, ajustando as suas mensagens e estratégias de acordo com o feedback instantâneo das eleições nas redes sociais e outras plataformas.

Just_Super_CANVA

Por outro lado, um dos maiores riscos associados ao uso de IA nas eleições é a produção e disseminação de desinformação. Algoritmos sofisticados podem criar notícias falsas que parecem extremamente reais, manipulando informações para influenciar a opinião pública. Deepfakes, vídeos falsificados criados com IA, representam uma ameaça particular, pois podem enganar até mesmo os espectadores mais críticos.

A segmentação e personalização de mensagens, embora eficazes, também podem ser usadas para manipular participantes, com campanhas direcionando desinformação específica para grupos vulneráveis, exacerbando divisões sociais e influenciando injustamente o resultado das eleições. Tudo isso pode criar um ambiente de desconfiança e polarização.

Neste cenário, importa ainda destacar que o uso excessivo de IA e a disseminação de notícias falsas podem minar a confiança pública no processo eleitoral. Eleitores se tornarão céticos quanto à veracidade das informações que podem receber e a integridade das eleições em si. Essa desconfiança é prejudicial à democracia e pode conduzir a uma menor participação eleitoral.

Recentemente, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) anunciou a adoção de medidas contra candidatos que fizerem o uso indevido de IA nas campanhas eleitorais, principalmente em casos de disseminação de notícias falsas. As multas por infrações relacionadas ao uso de inteligência artificial variam de R$ 5 mil a R$ 25 mil. Estas medidas visam coibir o uso de tecnologias que possam distorcer o processo eleitoral e garantir a lisura das eleições.

> "Algoritmos avançados analisam grandes volumes de dados para identificar padrões e prever comportamentos eleitorais, resultando em campanhas altamente personalizadas que abordam diretamente as preocupações e interesses dos participantes."

Para combater a disseminação de notícias falsas, a mesma tecnologia de IA pode ser utilizada para detectá-las. Algoritmos estão sendo desenvolvidos para identificar notícias falsas com base em diversos critérios, como padrões de linguagem e fontes. Esses sistemas podem analisar rapidamente grandes volumes de conteúdo, ajudando a identificar e neutralizar notícias falsas antes que se espalhem. Além da tecnologia, é fundamental educar o público sobre como identificar notícias falsas.

Programas educacionais podem ensinar habilidades críticas para avaliar a veracidade das informações online e compreender as técnicas usadas para manipular opiniões. Combater as notícias falsas requer um esforço conjunto. Governos, empresas de tecnologia e organizações da sociedade civil precisam colaborar para criar políticas e ferramentas eficazes. Isso inclui regulamentações mais rígidas para plataformas de mídia social e o desenvolvimento de tecnologias para rastrear e remover conteúdos falsos rapidamente.

Desta forma, podemos avaliar que a IA tem o potencial de transformar positivamente as eleições, tornando-as mais eficientes e conectando melhor os candidatos. No entanto, a produção e a disseminação de desinformação representam um desafio que precisa ser abordado com urgência. Combinar tecnologias de detecção de notícias falsas com exercícios educacionais e regulamentações atribuídas é essencial para garantir que a IA contribua para eleições mais justas e transparentes, em vez de minar a confiança pública no processo democrático.

esolla_CANVA

(*) - São advogadas e sócias do B-IA.07 (https://www.instagram.com/marcia exposito.lgpd/p/C8Keqb5PMv-/).